



Universität
Münster



Bildungswissenschaften
in der Lehrerbildung



Evaluationsbericht Geschäftsstelle Bildungswissenschaften Informationsmanagement – 2025



Verfasserin:

Dr. Lisa Foppen

lisa.foppen@uni-muenster.de

Geschäftsstelle Bildungswissenschaften

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	1
Methodik	2
Demographie und Rücklauf.....	3
Evaluationsergebnisse	4
Nutzung des Informationsangebotes	5
Social Media.....	6
Peer-to-Peer-Angebote	8
Homepage	9
Learnwebkurse.....	11
Newsletter	12
Studiengangsspezifische Checklisten	13
Bewertung und Interpretation der Ergebnisse.....	14
Ausblick.....	15
Anhang	16

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Studiengänge
Abbildung 2:	Präsenz des Untersuchungsobjektes
Abbildung 3:	Präsenz des Untersuchungsobjektes je Hochschulsemester
Abbildung 4:	Nutzung von Informationskanälen
Abbildung 5:	Bewertung des Informationsangebotes auf Social Media
Abbildung 6:	Bevorzugtes Format der Peer-to-Peer-Beratung
Abbildung 7:	Peer-to-Peer-Beratungsbedarf je Studienphase
Abbildung 8:	Nutzung des Informationsangebotes auf der Homepage
Abbildung 9:	Bewertung des Informationsangebotes auf der Homepage
Abbildung 10:	Informationsquellen für die Kenntnis der Learnwebkurse
Abbildung 11:	Nutzung des Informationsangebotes im Learnweb je Studienphase
Abbildung 12:	Bewertung des Informationsangebotes im Learnweb
Abbildung 13:	Bewertung des Informationsangebotes im Newsletter
Abbildung 14:	Nutzung des Informationsangebotes in den Checklisten
Abbildung 15:	Nutzung des Informationsangebotes in den Checklisten je Studienphase
Abbildung 16:	Bewertung des Informationsangebotes in den Checklisten

Einführung

Die regelmäßige Evaluation des Informationsmanagements der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften (GS BilWiss) ist Bestandteil des Qualitätsmanagements. Als eine Grundlage zur Beurteilung der Studienqualität ist sie nicht nur Ausgangspunkt für die datenbasierte Optimierung von Angeboten, sondern auch im Rahmen von (Re-)Akkreditierungsmaßnahmen von Bedeutung.

Die vorliegende Evaluation folgt auf die 2023¹ durchgeführte Evaluation des Informations- und Beratungsangebotes der GS BilWiss. Darüber hinaus stellt das Monitoring der Informationskanäle im Rahmen der Umstellung von der Programm- auf die Systemakkreditierung eine der von der GS BilWiss zu bearbeitenden Maßnahmen dar. Die Kanäle, auf denen die GS BilWiss die Lehramtsstudierenden über das bildungswissenschaftliche Studium informiert, sind vielfältig: durch Angebote des Beratungsbüros, anhand der Social-Media-Kanäle auf Facebook und Instagram, durch Peer-to-Peer-Angebote u.a. im Rahmen von Informationsveranstaltungen, mittels der Homepage der GS BilWiss, durch studiengangsspezifische Learnwebkurse mit Newsletter-Funktion sowie anhand von studiengangsspezifischen Checklisten zum Studienverlauf. Neben der Analyse der Nutzer:innendaten auf den jeweiligen Kanälen² wurde die Zufriedenheit der Lehramtsstudierenden mit dem Informationsangebot der GS BilWiss Ende 2025 mittels Fragebogen erhoben.

Im Jahr 2023 wurde bereits eine Evaluation des Informations- und Beratungsangebotes der GS BilWiss durchgeführt, auf deren Grundlage anschließend Überarbeitungen vorgenommen wurden: Insbesondere die Homepage der GS BilWiss wurde intensiv umstrukturiert und durch grafische Darstellungen, die in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle Web und Design entwickelt wurden, optimiert. Daneben wurden die studiengangsspezifischen Learnwebkurse entwickelt, um den Studierenden passgenau und übersichtlich Informationen zu übermitteln. Diese bieten zudem die Möglichkeit, studiengangsspezifische Nachrichten an die in den Kursen eingeschriebenen Studierenden zu verschicken.

Das zentrale Ziel der vorliegenden Evaluation war es, die Zufriedenheit der Lehramtsstudierenden mit dem Informationsangebot der GS BilWiss zu evaluieren und den Erfolg der Überarbeitung der Angebote nach der letzten Evaluation zu überprüfen. Schließlich sollen anhand der Evaluationsergebnisse weitere Überarbeitungsbedarfe des Informationsmanagements der GS BilWiss identifiziert werden.

Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

Im Erhebungszeitraum vom **16. November bis 19. Dezember 2025** haben **835 Studierende** an einer digitalen Fragebogenerhebung über EvaSys zur Nutzung des und Zufriedenheit mit dem Informationsangebot der GS BilWiss teilgenommen. Zunächst ist auf die Zusammensetzung der Teilnehmenden hinzuweisen. Neben der digitalen Ansprache erfolgte auch eine persönliche Ansprache der Studierenden in den großen bildungswissenschaftlichen Vorlesungen. Dies führte dazu, dass die Mehrheit der Teilnehmenden ihren Studiengang im ersten Fachsemester³ studiert; über die Hälfte aller Teilnehmenden befindet sich im ersten Fachsemester eines Bachelorstudiengangs.

¹ Der Ergebnisbericht kann hier heruntergeladen werden: https://www.uni-muenster.de/Bildungswissenschaften/qualit_tsmanagement/evaluation/index.html.

² S. Anhang.

³ In den Studienverlaufsplänen wird der Besuch derjenigen Vorlesungen im ersten Fachsemester empfohlen, die für alle Lehramtsstudierenden verpflichtend sind; im BA ist dies die Vorlesung im Modul EBS bzw. EBB, im MEd betrifft dies die Vorlesungen in ULI bzw. SOP.

Darüber hinaus sind Studierende des Grundschullehramts und der sonderpädagogischen Förderung sowie weibliche Studierende überrepräsentiert. Dies ist bei der Auswertung der Evaluationsergebnisse stets zu berücksichtigen.

Knapp über der Hälfte der Teilnehmenden ist die GS BilWiss bekannt. Die Nutzung der Informationskanäle verteilt sich unter den Teilnehmenden wie folgt: 47% nutzen mindestens einen der Social-Media-Kanäle, 60% nutzen die Homepage (selten bis häufig), 30% sind in einen der studienengangsspezifischen Learnwebkurse eingeschrieben, von denjenigen, die den Newsletter erhalten, lesen ihn 62% (selten oder regelmäßig) und 24% nutzen eine der studienengangsspezifischen Checklisten. Vereinzelt werden Angebote also auch genutzt, obwohl die GS BilWiss den Nutzer:innen nicht bekannt ist.

Teilnehmende, die Informationskanäle nicht nutzen, geben als häufigste Begründung an, das jeweilige Angebot nicht zu kennen. Eine weitere Herausforderung stellt das Risiko der Verbreitung von Falschinformationen dar, die einerseits durch die Informationsbeschaffung bei Kommiliton:innen, die an verschiedenen Stellen des Fragebogens genannt wird, und andererseits durch die Nutzung von Online-Suchen, die KI generierte Antworten hervorbringen, resultiert. Die Niedrigschwelligkeit, Informationen von Kommiliton:innen einzuholen, wird im Wunsch nach einem Ausbau von Peer-to-Peer-Angeboten bestätigt, den die Teilnehmenden für verschiedenste Studienphasen und thematische Anliegen formulieren.

Schließlich werden die Informationsangebote der GS BilWiss von jenen Teilnehmenden, die diese nutzen, insgesamt als hilfreich für die Organisation ihres bildungswissenschaftlichen Studiums angesehen. In besonderem Maße trifft das auf die Phase des Studienbeginns zu, verschiedene Informationsangebote (Learnwebkurse, Checklisten) werden aber auch als Nachschlagewerke über alle Studienphasen hinweg genutzt.

Zusammenfassend liegt der abzuleitende Handlungsbedarf zum einen auf der Optimierung bestehender Angebote, zum anderen – und deutlich stärker – auf der Steigerung der Bekanntheit der GS BilWiss und ihrer Informationskanäle.

Methodik

Die Erhebung der Daten erfolgte im Erhebungszeitraum durch einen digitalen Fragebogen über die Evaluationsplattform EvaSys. Die Teilnehmenden wurden anhand von Multiple-Choice-Fragen, Likert-Skalen sowie offenen, halboffenen und geschlossenen Fragen zum Untersuchungsobjekt⁴ befragt und um Bewertungen gebeten. Zielgruppe der Evaluation waren alle Studierenden der Bildungswissenschaften in allen Lehramtsstudiengängen aller Fachsemester an der Universität Münster (N=10.192; Anzahl aller Studierenden in den Bildungswissenschaften im Wintersemester 2025/26⁵). Die Zielgruppe wurde per E-Mail, in zentralen bildungswissenschaftlichen Vorlesungen, in den Learnwebkursen bzw. im Newsletter der GS BilWiss sowie über die Social-Media-Kanäle und die Homepage der GS BilWiss um Teilnahme gebeten.

Der digitale Fragebogen wurde in neun Teilbereiche gegliedert. Nach einer Abfrage von sozio-demographischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Studienstatus) (1) wurde zunächst gefragt, ob und ggf.

⁴ Zu Beginn des Fragebogens wurden die Studierenden über das Evaluationsobjekt und dessen Zuständigkeitsbereich bzw. darüber, welche Zuständigkeiten außerhalb seiner Verantwortung liegen, informiert.

⁵ „Verbleib der Studierenden im Studiengang Bildungswissenschaften“ (Studiengangstatistik der ordentlichen Studierenden des IT.NRW/der Universität Münster für das WS 2025/26, Dez. 5.3, Stand: 01.12.2025); ergänzt durch die Studienfälle im Großfach Kunst (Dez. 5.3).

woher die GS BilWiss den Studierenden überhaupt bekannt ist (2). Weiter wurden die Teilnehmenden zu ihrer allgemeinen Zufriedenheit mit dem Informationsangebot (3) befragt, bevor nach der Kenntnis von und Zufriedenheit mit den unterschiedlichen Informationskanälen gefragt wurde: Social Media (4), Peer-to-Peer-Angebote (5), Homepage (6), Learnwebkurse (7), Newsletter (8) sowie studiengangsspezifische Checklisten (9).

Demographie und Rücklauf

Durch die Teilnahme von 835 Studierenden an der Evaluation konnte eine Rücklaufquote von 8,2% erreicht werden. Aufgrund der Nutzung vielfältiger Kanäle der Ansprache und der Möglichkeit, den Fragebogen im Rahmen von Lehrveranstaltungen auszufüllen, konnte die Rücklaufquote im Vergleich zur Evaluation von 2023 (3%) um mehr als 5 Prozent gesteigert werden.

Die Teilnehmer:innen wurden eingangs hinsichtlich ihres Studienstatus (Fach- und Hochschulsemaster sowie Lehramtsstudiengang), ihrer Geschlechtsidentität und ihres Alters befragt. Unter den 835 Teilnehmer:innen befinden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 76% in einem Bachelorstudiengang. Von den 24% Prozent der Studierenden in einem Masterstudiengang haben 93% ihren Bachelorabschluss an der Universität Münster erlangt. 71% aller Teilnehmer:innen befinden sich im ersten Fachsemester und 55% im ersten Hochschulsemaster. Der Anteil derjenigen, die sich im ersten Fachsemester eines Bachelorstudiengangs befinden, beträgt 57,6%. Bezogen auf alle Studierenden der Bildungswissenschaften in Bachelorstudiengängen liegt der Anteil der Erstsemesterstudierenden bei 17,3%. Diese Studierendengruppe ist damit deutlich überrepräsentiert im Rahmen der Erhebung: An der Befragung haben 27,4% aller Erstsemesterstudierenden der Bildungswissenschaften in Bachelorstudiengängen teilgenommen.

Diese Ungleichverteilung resultiert daraus, dass den Studierenden in den großen bildungswissenschaftlichen Vorlesungen die Möglichkeit gegeben wurde, während der Vorlesungszeit an der Befragung teilzunehmen. Ein Großteil der Bachelorstudierenden nimmt im ersten Fachsemester an der Vorlesung im Modul EBS bzw. EBB teil, ein Großteil der Masterstudierenden besucht im ersten Fachsemester die Vorlesung im Modul ULI bzw. SOP. Dies verweist darauf, dass die persönliche Aufforderung zur Teilnahme und das Einräumen von Zeiträumen für die Teilnahme an der Befragung den Rücklauf gegenüber der rein digitalen Einladung zur Teilnahme deutlich erhöht. Auch der Vergleich des Rücklaufs der Evaluation von 2023 (3%) mit dem Rücklauf der vorliegenden Evaluation (8,2%) bestätigt das. Diese Ungleichverteilung führt aber auch dazu, dass Rückmeldungen von Studierenden in höheren Fachsemestern kaum berücksichtigt werden können.

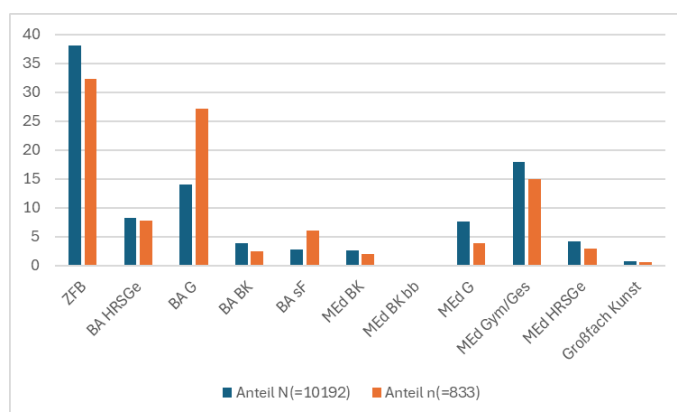


Abbildung 1: Studiengänge
F. In welchen Studiengang sind Sie aktuell immatrikuliert?

Eine weitere Ungleichverteilung offenbart der Vergleich der Teilnahmen je Studiengang. Abbildung 1 zeigt den Anteil der Studierenden eines Studiengangs an der Gesamtpopulation (N=10192) in blau und den Anteil Studierender eines Studiengangs an der Stichprobe (n=833) in orange. Abgesehen von Studierenden im berufsbegleitenden Master für das Lehramt an Berufskollegs (der Anteil an der Gesamtpopulation beträgt 0,09%) konnten Evaluationsergebnisse aus allen Studiengängen gemessen

werden. Die Studierenden in den Bachelorstudiengängen Grundschule und sonderpädagogische Förderung sind unter den Teilnehmenden deutlich überrepräsentiert.

Mit 74% sind knapp drei Viertel aller Teilnehmer:innen weiblich. 1% gibt bei der Geschlechtsidentität nicht-binär / genderqueer an und 1% macht keine Angabe. Da in der Gesamtpopulation ein Frauenanteil von knapp 67% vorliegt, liegt eine überdurchschnittliche Teilnahme von weiblichen Studierenden vor.

96% der Studierenden sind zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 17-28 Jahre alt. Die übrigen Studierenden weisen eine Altersreichweite von 29-67 Jahren auf. Das arithmetische Mittel der Altersstruktur beträgt 21,24 Jahre. Männliche Studierende sind durchschnittlich 0,76 Jahre älter als weibliche Teilnehmerinnen.

Im Vergleich zur Verteilung in der Gesamtpopulation sind Studierende im ersten Fachsemester eines Bachelorstudiengangs, Studierende im Bachelor Grundschule sowie im Bachelor sonderpädagogische Förderung und weibliche Studierende überdurchschnittlich stark vertreten. Die eingeschränkte Repräsentativität der Evaluationsergebnisse ist vor dem Hintergrund dieser Verzerrung im Vergleich zur Gesamtpopulation zu berücksichtigen.

Evaluationsergebnisse

Um die Präsenz des Untersuchungsobjektes bei den Teilnehmenden abzufragen, wurde zunächst erhoben, ob die Existenz der GS BilWiss bekannt ist (Abb.2) und wie die Studierenden von ihr erfahren haben. Knapp über die Hälfte der Teilnehmenden (51%) hat bereits von der GS BilWiss gehört und über verschiedene Kommunikationskanäle⁶ von der Existenz der GS BilWiss erfahren.

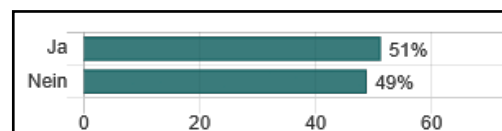


Abbildung 2: Präsenz des Untersuchungsobjektes
F. Mir ist die Existenz der GS BilWiss bekannt.

Im Vergleich zur Evaluation aus dem Jahr 2023 ist der Anteil der Teilnehmenden, denen die Existenz der GS BilWiss bekannt ist, zwar geringfügig gestiegen (von 46% auf 51%), jedoch ist der hohe Anteil an Studierenden, denen die Existenz der GS BilWiss unbekannt ist, weiterhin problematisch im Hinblick auf die weitere Interpretation von Ergebnissen. So kann bei der Analyse der vorliegenden Evaluationsergebnisse nicht eindeutig interpretiert werden, ob sich die Antworten derjenigen, denen die Existenz der GS BilWiss nicht bekannt ist, tatsächlich auf ihre Angebote beziehen. Obwohl die Fragen sequenziell gefiltert wurden – also nur denjenigen Bewertungsfragen zu einem bestimmten Informationsangebot gestellt wurden, die zuvor angegeben hatten, Kenntnis von diesem Angebot zu haben – wurde bei der Frage nach den Gründen für die Nichtinanspruchnahme von Informationsangeboten wiederholt genannt, dass sie nicht bekannt seien.

Wie in der Evaluation von 2023 lassen erneut einige Antworten darauf schließen, dass zwar diverse Informationsangebote der GS BilWiss, nicht aber ihr Name bekannt ist. So geben 427 Teilnehmende an, dass ihnen die Existenz der GS BilWiss bekannt sei, aber 448 Teilnehmende geben an, bei Fra-

⁶ Orientierungswoche [45%], Online-Recherche [26%], Informationsveranstaltungen [25%], Social Media [24%], E-Mail [19%], Verweise anderer Einrichtungen [17%], Fachschaften [9%], oder Kommiliton:innen [9%]. Unter der Antwortoption „Sonstiges“ (3%) wurden Lehrveranstaltungen bzw. Lehrende ergänzt.

gen zum bildungswissenschaftlichen Studium die Homepage der GS BilWiss zu besuchen. Dies bestätigt eines der Evaluationsergebnisse von 2023: die Informationsangebote der GS BilWiss sind bekannter als die Struktur selbst.

Die Vermutung liegt nahe, dass den Studierenden in höheren Fachsemestern die Existenz der GS BilWiss aufgrund möglicher Berührungspunkte (Lehrveranstaltungen, BAföG, Anerkennung, Beratung) eher bekannt ist. Abbildung 3 legt dies zwar auf den ersten Blick auch nahe, jedoch ist hier die oben dargestellte Ungleichverteilung der Teilnehmenden auf die Hochschulsemeister zu berücksichtigen. So haben bspw. nur zwei Personen aus dem sechsten

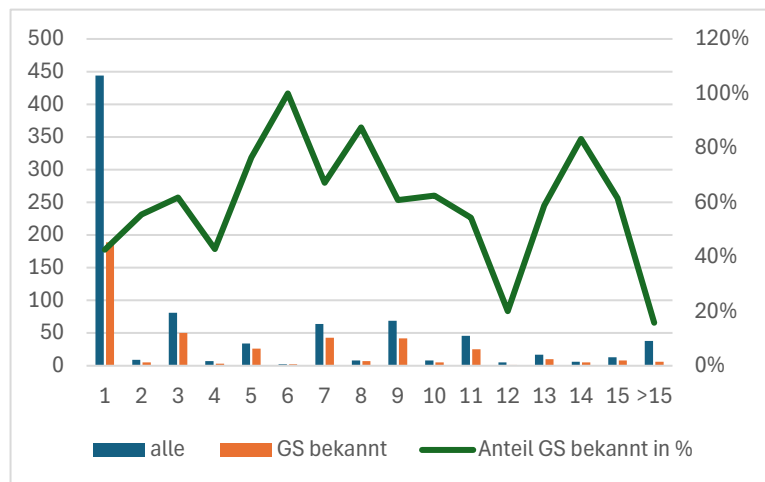


Abbildung 3: Präsenz des Untersuchungsobjektes je Hochschulsemeister

Fachsemester an der Befragung teilgenommen und denen ist die Existenz der GS BilWiss bekannt (100%).

Andererseits liegt die Vermutung nahe, dass ein Großteil derjenigen, die im Oktober 2025 ihr Bachelorstudium aufgenommen haben, im Rahmen von Informationsveranstaltungen und den O-Wochen über die Existenz der GS BilWiss informiert wurde. Die Bekanntheit in dieser Studierenden-gruppe liegt jedoch bei erwartungswidrig niedrigen 43%.

Nutzung des Informationsangebotes

Zunächst wurden die Teilnehmenden gefragt, welche Informationsangebote bzw. -kanäle sie nutzen, um sich über das bildungswissenschaftliche Studium zu informieren (Abb. 4). Fast drei Viertel der Befragten (73%) geben an, sich mit Fragen und Hilfebedarfen an ihre Kommiliton:innen zu wenden. Knapp über die Hälfte der Befragten gibt darüber hinaus an, Suchmaschinen im Internet (55%) zu nutzen bzw. die Homepage der GS BilWiss zu besuchen (54%). Weitere Informationsquellen werden von deutlich weniger Teilnehmenden genutzt (5-24%). Um der möglichen Weitergabe von Fehlinformationen unter den Studierenden sowie Fehlinformationen durch KI generierte Antworten in Online-Suchmaschinen entgegenzuwirken, wird die Notwendigkeit deutlich, Maßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit der Informationsangebote der GS BilWiss zu ergreifen.

Im Folgenden wird die Zufriedenheit mit den einzelnen Informationsangeboten in den Blick genommen.

Neben der Bereitstellung von Informationen stellt die Bindung der Studierenden ein zentrales Ziel des Informationsmanagements der GS BilWiss dar. So wurden die Teilnehmenden gefragt, ob die Informationsangebote dazu beitragen, dass sie sich als Teil der Community der Lehramtsstudierenden der Universität Münster wahrnehmen. Die Zustimmung zu dieser Aussage konnte auf einer 5-stufigen Likert-Skala (Items ([1] trifft überhaupt nicht zu bis [5] trifft vollkommen zu) bestimmt werden. Der Mittelwert liegt bei 2,62 und die Standardabweichung gibt eine Streubreite von 1,06

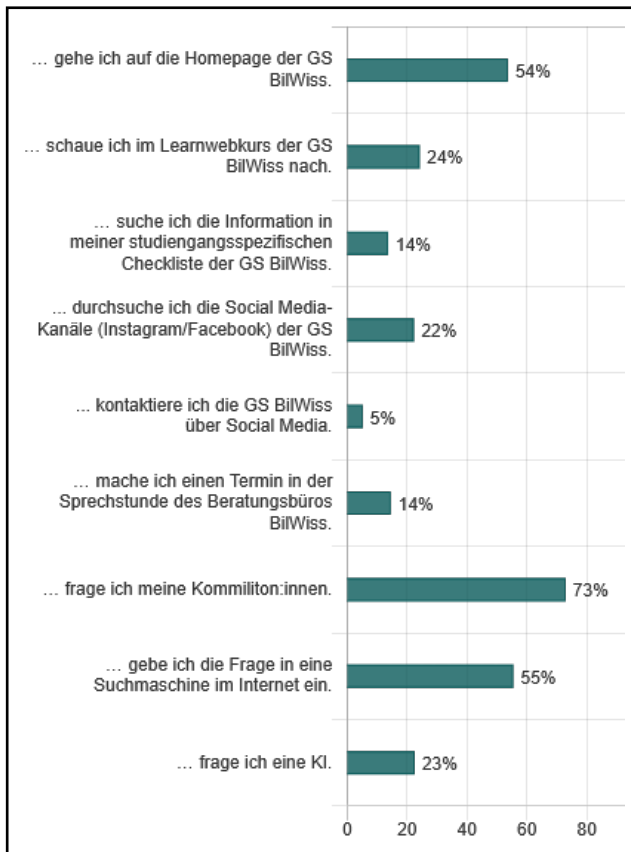


Abbildung 4: Nutzung von Informationskanälen
F: Wenn ich Informationen/Hilfe zum bildungswissenschaftlichen Studium benötige, ... (Mehrfachnennungen möglich)

genutzt – teils wurde nochmals unterstrichen, dass eine Umbenennung befürwortet werde, ohne einen eigenen Vorschlag hervorzubringen. Ebenfalls wurde mehrfach angemerkt, dass die Abkürzung „BiWi“ der Abkürzung „BilWiss“ vorgezogen werde. Darüber hinaus wurden weitere Vorschläge wie bspw. Studierendenbüro Bildungswissenschaften, Studienbüro BiWi oder Infobüro Bildungswissenschaften gemacht.

Eine Person schlägt zudem vor, den Namen „Geschäftsstelle Bildungswissenschaften“ beizubehalten und das Studienbüro als untergeordnetes Angebot zu benennen, um die Vorteile beider Namen zu vereinen – die Zuständigkeit auf Verwaltungsebene sowie die Ansprechbarkeit für die Studierenden. Die Namensvorschläge der Teilnehmenden verdeutlichen den Bedarf, neben der administrativen Struktur der Geschäftsstelle durch eine Um- bzw. Unterbenennung namentlich transparenter auf die Informations- und Beratungsangebote der GS BilWiss zu rekurrieren.

Das Informationsangebot wurde im Folgenden im Hinblick auf fünf Bestandteile evaluiert, die die Geschäftsstelle zur Weitergabe von Informationen nutzt: **Kanäle auf Social Media, Peer-to-Peer-Angebote, Homepage, Learnwebkurse inkl. Newsletter** und **studiengangsspezifische Checklisten**.

Social Media

Etwas weniger als die Hälfte der Teilnehmenden (46%) nutzt den Instagram-Kanal der GS BilWiss, um Informationen zum bildungswissenschaftlichen Studium zu beziehen. Lediglich zwei Teilnehmer:innen gaben jeweils an, den Facebook-Kanal bzw. den Facebook- und Instagram-Kanal zu nut-

um den Mittelwert an. Auch an dieser Stelle lässt sich ein Überarbeitungsbedarf der Angebote hinsichtlich dieses Ziels identifizieren.

Ausgehend von den Ergebnissen der Evaluation aus dem Jahr 2023, die gezeigt haben, dass die Transparenz hinsichtlich der Zuständigkeit der GS BilWiss und Abgrenzung von anderen universitären Einrichtungen wie bspw. dem ZLB oder dem IfE gesteigert werden muss, wurden die Teilnehmenden gefragt, ob eine Umbenennung der „Geschäftsstelle Bildungswissenschaften“ in „Studienbüro Bildungswissenschaften“ dazu beitragen könne, ihre Ansprechbarkeit und Zuständigkeit hervorzuheben. Die Zustimmung zu dieser Aussage konnte auf einer 5-stufigen Likert-Skala (Items [1] trifft überhaupt nicht zu bis [5] trifft vollkommen zu) bestimmt werden. Der Mittelwert liegt bei 3,9 und die Standardabweichung gibt eine Streubreite von 1,06 um den Mittelwert an. Die Mehrheit der Teilnehmenden spricht sich folglich für eine Namensänderung der GS BilWiss aus. Das offene Antwortformat zur Nennung weiterer Namensvorschläge wurde darüber hinaus von 117 Teilnehmenden

zen. Damit nutzt über die Hälfte der Befragten (53%) das Informationsangebot über die Social-Media-Kanäle gar nicht. Die durchschnittliche Hochschulsemesterzahl derjenigen, die den Instagram-Kanal nutzen, liegt bei 3,4 und derjenigen, die das Angebot gar nicht nutzen, bei 4,4.

Denkbar wäre eine geringere Nutzung der Social-Media-Kanäle der Studierenden im ersten Hochschulsemester aufgrund geringerer Bekanntheit des Angebotes zum Beginn des Studiums. Es liegt in diesem Fall jedoch keine Verzerrung durch die hohe Teilnehmer:innenzahl im ersten Hochschulsemester vor (55%) vor: Unter dieser Teilnehmer:innengruppe gibt knapp die Hälfte (49%) an, den Instagram-Kanal zu nutzen.

Diejenigen Befragten, die angeben, keinen der Social-Media-Kanäle der GS BilWiss zu nutzen, geben dafür u.a. folgende Gründe an: keine Kenntnis über die Kanäle der GS BilWiss (165 Nennungen), keine Nutzung von Social Media (37 Nennungen), Bevorzugung der Homepage (20 Nennungen) oder kein Bedarf (20 Nennungen). Als weitere Begründung wird mehrfach eine Skepsis gegenüber der Seriosität von Informationen über Social Media geäußert. Dies ist ein Grund für die Bevorzugung anderer Informationsquellen (wie bspw. der Homepage) durch die Studierenden.

Von denjenigen, die das Social-Media-Angebot der GS BilWiss nutzen, geben 61% an, den entsprechenden Kanal abonniert zu haben. Diejenigen, die Informationen über einen der Social-Media-Kanäle beziehen, den Kanal jedoch nicht abonniert haben, geben dafür u.a. folgende Gründe an: Unkenntnis des Kanals (35 Nennungen), kein (kontinuierliches/r) Interesse/Bedarf an Informationen (18 Nennungen) oder ein zu großes Angebot an Kanälen universitärer Akteur:innen (4 Nennungen).

Hier zeigt sich die o.g. Problematik der Interpretierbarkeit der vorliegenden Daten. Die Frage danach, warum ein genutzter Kanal nicht abonniert wird, wurde ausschließlich denjenigen Teilnehmenden gestellt, die zuvor angaben, mindestens einen der Kanäle zu nutzen. Dennoch geben 35 Teilnehmer:innen als Grund, den Kanal nicht zu abonnieren, die Unkenntnis des Kanals selbst an.

Die Gründe, sich gegen ein Abonnement eines der Social-Media-Kanäle der GS BilWiss auszusprechen, liegen damit nicht in einer grundlegenden Unzufriedenheit mit der Gestaltung der Kanäle, sondern darin, dass bei vielen Befragten kein kontinuierlicher Bedarf an Informationen besteht. Viele bevorzugen die aktive Suche nach Informationen im Bedarfsfall.

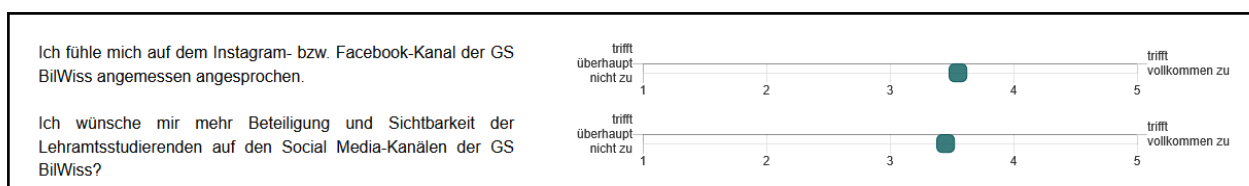


Abbildung 5: Bewertung des Informationsangebotes auf Social Media

Die Mehrheit der Teilnehmenden fühlt sich auf den Social-Media-Kanälen angemessen angesprochen (MW 3,55; SD 0,82) und wünscht sich mehr Beteiligung der Lehramtsstudierenden auf den Kanälen (MW 3,45; SD 0,93) (Abb. 5).

Abschließend wurden die Teilnehmenden um Anregungen oder Verbesserungsvorschläge für den Social Media-Auftritt der GS BilWiss gebeten. Es lassen sich thematische und gestaltungsbezogene Anregungen unterscheiden. Thematische Wünsche umfassen Diversität, Gender Equality, Lehramtsonderpädagogische Förderung, häusliche Gewalt, Hinweise auf Angebote/Förderungsmöglichkeiten, das Buddy Projekt, Vernetzungsangebote unter den Studierenden, Studienverlaufsplan, Tipps für Erstis, Ansprechpersonen im Beratungsfall sowie Herausforderungen im Studium (Arbeit und Studium, Praxissemester etc.). Gestaltungswünsche betreffen die Verlinkungen zu weiteren für das

Lehramt relevanten Social-Media-Kanälen, regelmäßige Postings, mehr Input in den Highlights, eine interaktivere Gestaltung und einfache Sprache bzw. die Erläuterung von Begrifflichkeiten.

Während die thematischen Wünsche zum Teil bereits auf den Social-Media-Kanälen der GS BilWiss umgesetzt werden (wie bspw. die Information über und Erinnerung an Fristen und Termine), ist bei dem anderen Teil zu überprüfen, wie die Themen (bspw. Diversity und Gender Equality) ggf. auf Social Media integriert werden können. Darüber hinaus ergibt sich auf der Gestaltungsebene der Handlungsbedarf, den Social-Media-Auftritt interaktiver zu gestalten und die Vernetzung mit anderen Akteur:innen und Informationen über Angebote anderer Akteur:innen weiter auszubauen.

Peer-to-Peer-Angebote

Die überwiegende Mehrheit (89%) der Befragten gibt an, noch keine Peer-to-Peer-Beratung im Rahmen ihres bildungswissenschaftlichen Studiums in Anspruch genommen zu haben. Während über die Hälfte (55%) derjenigen, die bereits von Peers beraten wurden, von Mitgliedern der Fachschaften beraten wurden, geben 13 bzw. 14 Personen an, von studentischen Mitarbeiter:innen der GS BilWiss auf einem der Social-Media-Kanäle bzw. einer Informationsveranstaltung beraten worden zu sein. Darüber hinaus wurden folgende Kontexte der Peer-Beratung im Freitextfeld ergänzt: Beratung durch Tutor:innen (im Rahmen des EBS-Moduls) (12 Nennungen) sowie informelle Beratung durch Kommiliton:innen (6 Nennungen).

Mit 49% wünscht sich knapp die Hälfte der Befragten Peer-to-Peer-Angebote zum bildungswissenschaftlichen Studium, während lediglich 17% keinen Bedarf haben und 35% dieser Frage neutral gegenüberstehen. Die befragten Studierenden wünschen sich mit nahezu gleich vielen Nennungen ein digitales sowie ein Beratungsangebot in Präsenz (Abb. 6). Der Bedarf an Peer-to-Peer-Beratung zum bildungswissenschaftlichen Studium erstreckt sich über die gesamte Studienzeit (Abb. 7). Während lediglich von 26 % der Befragten der Wunsch nach Beratung in der Abschlussphase besteht, wird in allen weiteren Studienphase von je mindestens 40 % der Befragten ein Bedarf geäußert. Der größte Beratungsbedarf besteht zum Studienbeginn (60 %).

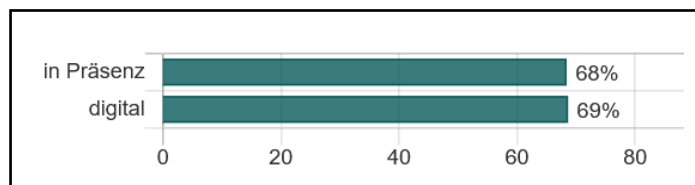


Abbildung 6: Bevorzugtes Format der Peer-to-Peer-Beratung
F: Welche Form der Peer-to-Peer-Angebote zum bildungswissenschaftlichen Studium würden Sie sich wünschen?

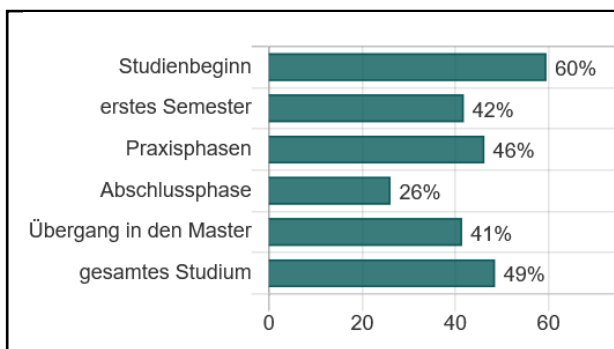


Abbildung 7: Peer-to-Peer-Beratungsbedarf je Studienphase
F: Für welche Studienphase(n) wünschen Sie sich Peer-to-Peer-Angebote zum bildungswissenschaftlichen Studium?

Abschließend wurden die Studierenden gefragt, zu welchen Themen/Anliegen sie ein Peer-to-Peer-Beratungsangebot zum bildungswissenschaftlichen Studium in Anspruch nehmen würden. Die 187 offenen Antworten lassen sich in zwei Bereiche einteilen: Organisatorisches und Themen/Anliegen, die nicht in den Zuständigkeitsbereich der GS BilWiss fallen. Die organisatorischen Fragen zum Studium betreffen folgende Bereiche (die Reihenfolge entspricht den Häufigkeitsverhältnissen der Nennungen): Studienverlaufsplan, Veranstaltungswahl, Übergang in den Master, Prüfungsanmeldung, Fristen, außercurriculares Studium, Anerkennung und BAföG. Anliegen, die nicht zum Zuständigkeitsbereich

der GS BilWiss gehören, sind: Prüfungsvorbereitung (u.a. Altklausuren, Zeitmanagement, Lernmethoden), Praxisphasen, Berufswahl (auch: Schulform), Auslandsaufenthalt, Referendariat, Fachwechsel, Veranstaltungs- und Lehrendenempfehlungen sowie Praxisangebote.

Vereinzelt ist auch eine grundlegende Skepsis gegenüber Peer-Beratungsangeboten vorhanden, die damit begründet wird, dass die beratende Person „eine qualifizierte Person [...] und nicht einfach nur ein Peer“ sein sollte. Weiterhin wird mehrfach angeregt, Informationen zum bildungswissenschaftlichen Studium in den O-Wochen zu platzieren⁷.

Zusammenfassend lassen sich aus den Ergebnissen folgende Handlungsableitungen formulieren: Es besteht ein Bedarf an Peer-to-Peer-Beratung zum bildungswissenschaftlichen Studium über das gesamte Lehramtsstudium hinweg. Die Person, die die Peer-to-Peer-Beratung durchführt, sollte angemessen qualifiziert werden, was wiederum den Studierenden transparent gemacht werden muss. In der Beratung sollte zum einen deutlich kommuniziert werden, welche Anliegen in die Zuständigkeit der GS BilWiss fallen. Zum anderen ist es wichtig, dass die beratende Person über vorhandene Strukturen und Angebote anderer Akteur:innen der Universität Münster wie bspw. dem ZLB, dem AStA oder dem Schreib-Lese-Zentrum informiert ist und auf diese verweisen kann. Die Ergebnisse zu den Beratungsanlässen zeigen darüber hinaus, dass die bestehenden Informationsangebote der GS BilWiss vielen Studierenden noch nicht bekannt sind.

Homepage

Zunächst wurden die Teilnehmenden nach der Nutzungshäufigkeit der Homepage der GS BilWiss gefragt (Abb. 8). Auf einer 5-stufigen Likert-Skala konnte die Häufigkeit zwischen [1] „nie“ und [5] „sehr häufig“ angegeben werden (Abb. 8). Der Mittelwert liegt bei 1,98 und die Standardabweichung gibt eine Streubreite von 1,01 um den Mittelwert an. Während 40% der Befragten angeben, die Homepage nie zu nutzen, gibt der Großteil der 60%, die die Homepage als Informationsquelle besuchen, an, diese selten zu nutzen.

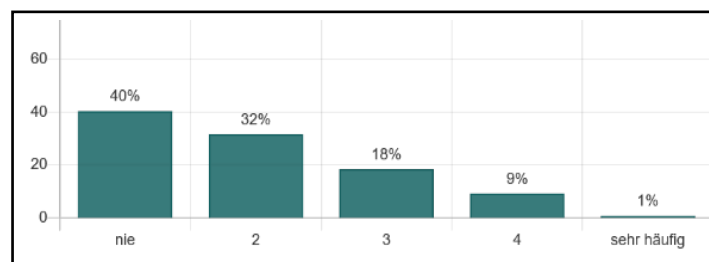


Abbildung 8: Nutzung des Informationsangebotes auf der Homepage

F: Wie häufig nutzen Sie die Homepage der GS BilWiss?

Weiter wurden die Teilnehmenden, die die Homepage nicht oder selten nutzen, nach den Gründen dafür gefragt. Der meistgenannte Grund ist die Unkenntnis der Existenz der Homepage allgemein (42%). Die übrigen Gründe betreffen die Nutzung anderer Informationskanäle (Learnwebkurs 19% und Social Media 15%) sowie alternativer Informationsquellen (Kommiliton:innen 34% und KI 5%). Lediglich 6% der Befragten geben an, eine gesuchte Information auf der Homepage nicht gefunden zu haben. Im Freitextfeld „Sonstiges“ (6%) wurden folgende Gründe ergänzt: Nutzung/Bevorzugung anderer Informationsquellen (O-Woche, Prüfungsordnung, Fachschaften, Online-Recherche, Lehrende, kein (kontinuierlicher) Bedarf sowie Überforderung durch zu viele Homepages universitärer Akteur:innen).

⁷ Das Beratungsbüro Bildungswissenschaften steht in kontinuierlichem Austausch mit den Fachschaften. Die Erstsemesterstierenden erhalten im Rahmen der O-Wochen neben Informationen zu ihren Fächern auch Informationen zum bildungswissenschaftlichen Studium.

Die Zufriedenheit mit der Aufbereitung des Informationsangebotes auf der Homepage konnte anhand der Zustimmung zu den Aussagen aus Abb. 9 auf einer 5-stufigen Likert-Skala (Items [1] trifft überhaupt nicht zu bis [5] trifft vollkommen zu) bewertet werden. Die Mittelwerte liegen bei 3,47 (2023 auf einer 7-stufigen Likert-Skala: 4,93⁸) und 3,42 (2023 auf einer 7-stufigen Likert-Skala: 4,82⁹) und die Standardabweichungen geben Streuungsbreiten von 0,92 (2023 auf einer 7-stufigen Likert-Skala: 1,36¹⁰) und 0,94 (2023 auf einer 7-stufigen Likert-Skala: 1,51¹¹) um die jeweiligen Mittelwerte an.

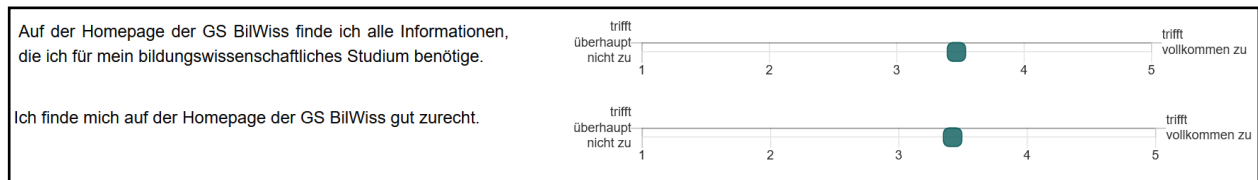


Abbildung 9: Bewertung des Informationsangebotes auf der Homepage

Eine Vergleichbarkeit der vorliegenden Evaluationsergebnisse mit denen der Evaluation des Beratungsangebotes aus dem Jahr 2023 ist kaum gegeben, da sich zum einen die Skalenbreiten zwischen den Erhebungen (2025 5-stufig und 2023 7-stufig) und zum anderen die Stichproben in Rücklauf und Anteil je Lehramt voneinander unterscheiden¹².

Auf die offene Frage, welche Information auf der Homepage nicht gefunden wurde, gibt es u.a. folgende Angaben: Fragen der Prüfungsorganisation, Veranstaltungsanmeldung oder Ansprechpersonen.

Abschließend wurden die Teilnehmenden nach Anregungen und Wünschen zur Verbesserung des Informationsangebotes auf der Homepage gebeten. Die Befragten wünschen sich u.a. mehr Werbung für das Informationsangebot auf der Homepage, mehr Verweise auf Angebote von Studierendenvertretungen sowie eine Verdeutlichung von Ansprechpersonen und Zuständigkeiten.

Daraus ergeben sich folgende Überarbeitungsbedarfe für die Homepage der GS BilWiss: zunächst muss überprüft werden, welche Informationen zwar auf der Homepage zur Verfügung gestellt werden, jedoch von den Studierenden nicht gefunden wurden. Bei den Informationen, die bislang nicht auf der Homepage sind, muss differenziert werden, welche ggf. aufgenommen werden und welche nicht in den Zuständigkeitsbereich der GS BilWiss fallen (bspw. Informationen zum Referendariat). Der größte Handlungsbedarf besteht jedoch erneut bei der Steigerung der Bekanntheit des Informationsangebotes.

Insgesamt sind diese Ergebnisse als positive Entwicklung zu verzeichnen, da in der Evaluation von 2023 (und damit vor der Überarbeitung der Homepage) drei Viertel der Befragten angaben, dass ihnen die Homepage als Informationsquelle nicht bekannt sei und im Rahmen offener Fragen die unzureichende Übersichtlichkeit durch zu viele Querverweise am häufigsten genannt wurde.

⁸ Entspricht mittels linearer Transformation dem Mittelwert 3,62 auf einer 5-stufigen Skala.

⁹ Entspricht mittels linearer Transformation dem Mittelwert 3,55 auf einer 5-stufigen Skala.

¹⁰ Entspricht mittels linearer Transformation einer Streuung von 1,24 um den Mittelwert auf einer 5-stufigen Skala.

¹¹ Entspricht mittels linearer Transformation einer Streuung von 1,34 um den Mittelwert auf einer 5-stufigen Skala.

¹² Ein Vergleich der Mittelwerte und Standardabweichungen (s. Fußnoten 8-11) mittels linearer Transformation zeigt, dass die Zufriedenheit mit dem Informationsangebot minimal gesunken ist, wobei 2023 eine größere Streuung um die Mittelwerte vorlag. Weiterhin ist beim Vergleich der Ergebnisse zur Zufriedenheit mit dem Informationsangebot im Rahmen der beiden Evaluationen 2023 und 2025 zu berücksichtigen, dass die Teilnehmer:innen 2025 deutlich weniger negative Kritikpunkte an der Gestaltung der Homepage hervorbringen, was wiederum für eine gesteigerte Zufriedenheit spricht.

Der Vergleich der Evaluationsergebnisse zu diesem Punkt verweist auf eine gesteigerte Übersichtlichkeit durch die Überarbeitung der Homepage.

Learnwebkurse

Von den Befragten sind 30% in einen der studiengangsspezifischen Learnwebkurse der GS BilWiss eingeschrieben. Von den 70%, die das Informationsangebot in den Learnwebkurse nicht nutzen, gibt die überwiegende Mehrheit (87%) als Grund an, dieses Angebot nicht zu kennen. 14% geben an, dass bei ihnen kein Bedarf für dieses Angebot vorliege. Bezogen auf die Gesamtstichprobe (n=835) geben damit 61% an, das Informationsangebot in den Learnwebkurse nicht zu kennen. Die Vermutung liegt nahe, dass besonders Studienanfänger:innen noch keine Kenntnis dieses Angebotes haben. Von denjenigen, die sich zum Zeitpunkt der Erhebung im ersten Hochschulsesemester befinden (444), geben 62,2% an, das Angebot nicht kennen. Der Anteil ist damit nur minimal höher als in der Gesamtstichprobe.

Knapp die Hälfte (49%) derjenigen, die das Informationsangebot in den Learnwebkursen nutzt, hat von diesem Angebot im Rahmen einer Informationsveranstaltung erfahren (Abb. 10). Mit absteigender Zahl von Nennungen folgen Hinweise per E-Mail (36%), Kommiliton:innen (21%), die Homepage der GS BilWiss (13%) sowie Social Media (7%) und Online-Recherche (6%). Unter der Antwortoption „Sonstiges“ (6%) wird Folgendes ergänzt: Lehrende bzw. Lehrveranstaltungen sowie Fachschaften.

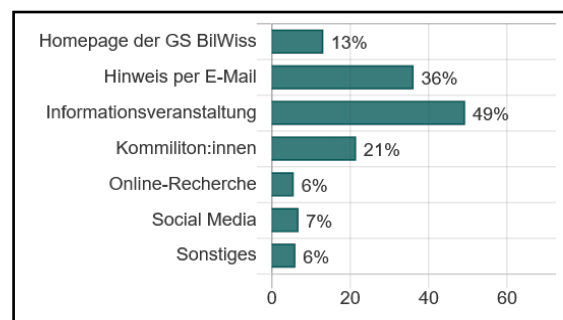


Abbildung 10: Informationsquellen für die Kenntnis der Learnwebkurse

F: Wie haben Sie vom Learnwebkurs der GS BilWiss erfahren?

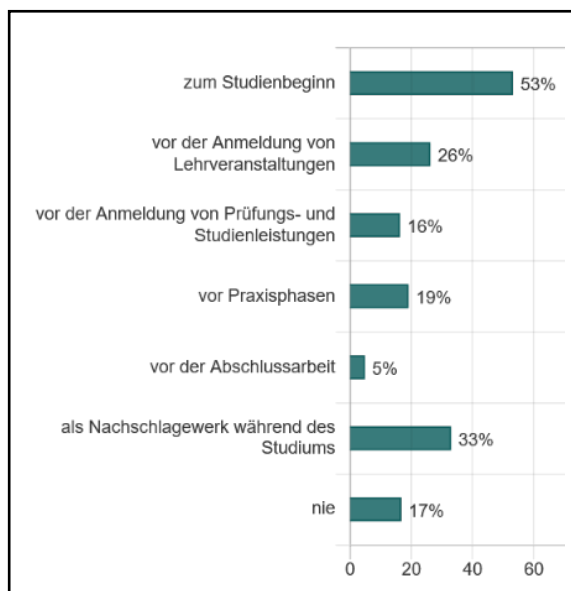


Abbildung 11: Nutzung des Informationsangebotes im Learnweb je Studienphase

F: Wann nutzen Sie den Learnwebkurs der GS BilWiss?

Genutzt wird das Informationsangebot am häufigsten in der Phase des Studienbeginns (53%) (Abb. 11). Seltener genannt werden weitere Studienphasen und -anlässe wie die Anmeldung von Lehrveranstaltungen (26%) sowie von Prüfungs- und Studienleistungen (16%), Praxisphasen (19%) und die Abschlussphase (5%). Ein Drittel (33%) gibt an, das Informationsangebot in den Learnwebkursen als Nachschlagewerk während des gesamten Studiums zu nutzen.

17% (entspricht dem absoluten Wert von 42) derjenigen, die in einen der Learnwebkurse eingeschrieben sind, geben an, diesen nie zu besuchen. Diese Studierendengruppe gibt dafür folgende Gründe an: Informationen durch Kommiliton:innen erhalten (43%), Informationen auf der Homepage gefunden (34%), Informationen auf Social Media gefunden (17%), Informationen im Learnwebkurs nicht gefunden (6%) sowie Informationen durch KI (2%) erhalten. Unter den sonstigen Gründen (21%) wird von der offenen Antwortoption wenig Gebrauch gemacht (n=5) und am häufigsten (3 Nennungen) genannt, dass der Learnwebkurs nicht bekannt sei. Erneut zeigt sich hier die Problematik, dass von den Befragten Angaben zu Angeboten gemacht werden, die sie nicht nutzen.

Die Zufriedenheit mit dem Informationsangebot im Learnweb konnte anhand der Zustimmung zu den Aussagen aus Abb. 12 auf einer 5-stufigen Likert-Skala (Items [1] trifft überhaupt nicht zu bis [5] trifft vollkommen zu) bewertet werden. Die Mittelwerte liegen bei 3,68 und 3,82 und die Standardabweichungen geben Streubreiten von 0,75 und 0,89 um die jeweiligen Mittelwerte an. Die Zufriedenheit mit dem Informationsangebot im Learnweb ist damit minimal größer als mit dem Informationsangebot auf der Homepage.

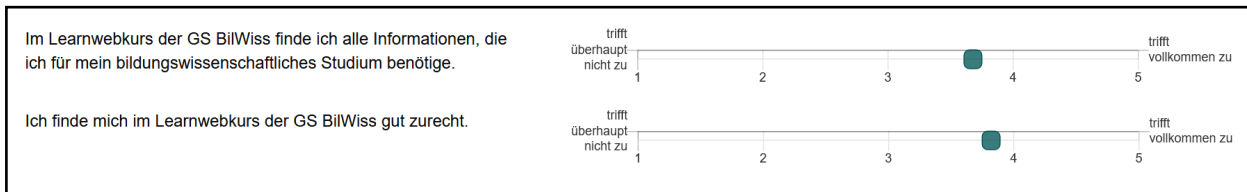


Abbildung 12: Bewertung des Informationsangebotes im Learnweb

Abschließend wurden die Teilnehmenden nach Wünschen und Vorschlägen zur Verbesserung der Learnwebkurse gefragt. Sie wünschen sich Erklärungen in einfacher Sprache, mehr Werbung für das Angebot, sowie Erklärungen zur Prüfungsanmeldung.

Auch bei diesem Informationsangebot liegt der Hauptgrund der Nichtinanspruchnahme in der Unkenntnis des Angebotes und nicht etwa in der grundsätzlichen Unzufriedenheit mit seiner Ausgestaltung. Der primäre Handlungsbedarf besteht auch hier in der Steigerung der Bekanntheit des Informationsangebotes im Learnweb.

Newsletter

Diejenigen Lehramtsstudierenden, die in einen studiengangsspezifischen Learnwebkurs der GS BilWiss eingeschrieben sind, erhalten regelmäßig einen Newsletter. Von den Befragten gibt jedoch fast die Hälfte (47%) an, die Newsletter-Funktion deaktiviert zu haben und den Newsletter damit nicht zu erhalten. Wenige Befragte (n=33) nutzen das offene Antwortformat, um Gründe für die Deaktivierung des Newsletters zu nennen. Dass der Newsletter nicht aktiviert, jedoch trotzdem nie erhalten wurde, wird am häufigsten genannt (15 Nennungen). Als weitere Gründe werden genannt, dass kein Bedarf oder Interesse bestehe, der Newsletter als störend empfunden werde, als Werbung missverstanden oder die Funktion versehentlich deaktiviert worden sei.

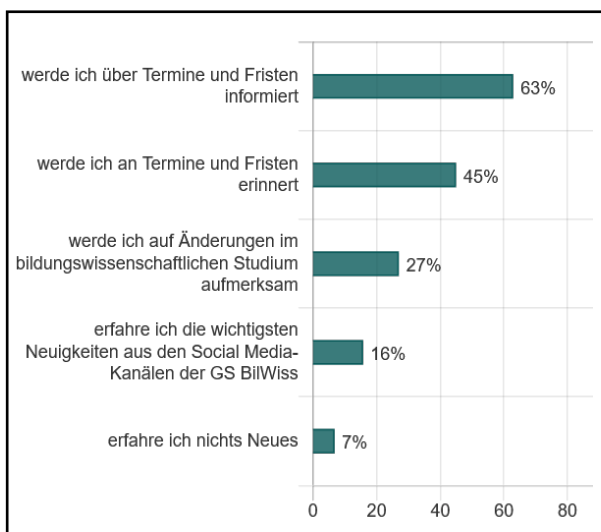


Abbildung 13: Bewertung des Informationsangebotes im Newsletter

F: Durch den Newsletter ...

Von denjenigen, die den Newsletter erhalten, geben 8% an, diesen regelmäßig zu lesen, über die Hälfte (54%) liest den Newsletter manchmal und 38% schauen sich den zugestellten Newsletter gar nicht an. Dafür werden von wenigen Teilnehmenden (n=8) Gründe benannt: Zeitmangel sowie mangelndes Interesse/Relevanz zum Zeitpunkt des Erhalts des Newsletters.

Diejenigen Teilnehmenden, die den Newsletter erhalten und ihn manchmal oder regelmäßig lesen, werden über diesen Informationskanal vor allem über Fristen und Termine informiert (63%) und erinnert (45%) (Abb. 13). Zudem werden sie dadurch aber ebenfalls auf Änderungen im bildungswissenschaftlichen Studium aufmerksam

(27%). Von geringerer Relevanz zeigt sich die Zusammenfassung der Neuigkeiten auf den Social-Media-Kanälen der GS BilWiss (16%). Lediglich 7% geben an, im Newsletter nichts Neues zu erfahren.

Abschließend wurden die Teilnehmenden gebeten, Wünsche oder Verbesserungsvorschläge für den Newsletter zu formulieren. Angeregt wird zum einen, den Newsletter knapper zu gestalten und zum anderen, Maßnahmen zu ergreifen, die die Bekanntheit dieses Informationsangebotes steigern.

Die Evaluationsergebnisse weisen darauf hin, dass bei einigen Studierenden technische Schwierigkeiten beim Erhalt des Newsletters vorliegen: er werde nicht erhalten, obwohl die Funktion nicht deaktiviert worden sei. Diejenigen, die ihn erhalten und lesen, bewerten ihn als hilfreich.

Studiengangsspezifische Checklisten

Als letztes Informationsangebot wurden die studiengangsspezifischen Checklisten evaluiert. Diese sind sowohl auf der Homepage als auch in den Learnwebkursen der GS BilWiss verlinkt. 62% der Befragten geben an, die Checklisten nicht als Informationsquelle zum bildungswissenschaftlichen Studium zu nutzen, da sie ihnen nicht bekannt sind (Abb. 14). 14% haben zwar Kenntnis über dieses Informationsangebot, benötigen es aber nicht und knapp ein Viertel der Befragten (24%) gibt an, die Checklisten zu nutzen. Die Befragten, die die Checklisten zwar kennen, diese jedoch nicht nutzen, geben als Gründe an (n=27), ein eigenes System (9 Nennungen) oder keinen Bedarf zu haben (6 Nennungen), alternative Informationsangebote zu bevorzugen (bspw. Learnweb; 2 Nennungen) sowie einen Informationsüberschuss zum Beginn des Studiums zu erleben (1 Nennung).

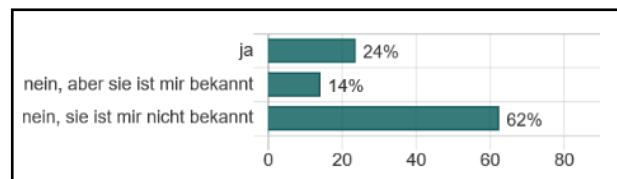


Abbildung 14: Nutzung des Informationsangebotes in den Checklisten

F: Nutzen Sie die Checkliste der GS BilWiss für Ihren Studiengang zur Orientierung und Organisation Ihres bildungswissenschaftlichen Studiums?

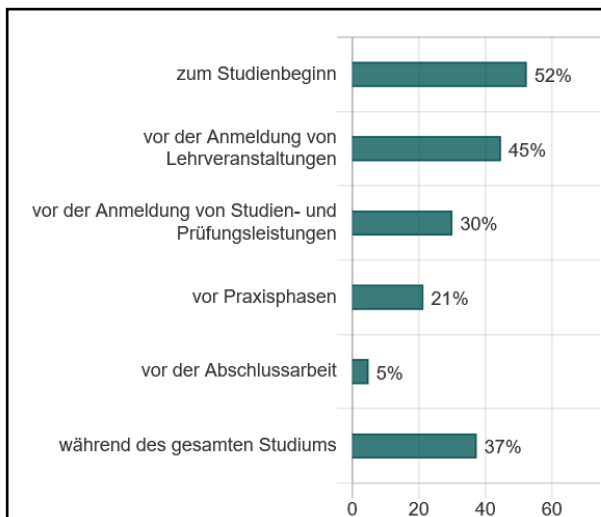


Abbildung 15: Nutzung des Informationsangebotes in den Checklisten je Studienphase

F: Wann nutzen Sie die studiengangsspezifische Checkliste der GS BilWiss?

Weiter wurden diejenigen, die die Checklisten nutzen, gefragt, in welchen Phasen des Studiums bzw. zu welchen Anlässen sie diese einsetzen (Abb. 15). Über die Hälfte (52%) gibt an, die jeweilige Checkliste zum Studienbeginn zu nutzen, 45% benötigen sie vor der Anmeldung von Lehrveranstaltungen und 30% vor der Prüfungsanmeldung sowie 37% während des gesamten Studiums. Weniger zum Einsatz kommen die Checklisten vor Praxisphasen (21%) und vor der Abschlussarbeit (5%).

Die Zufriedenheit mit dem Informationsangebot über die Checklisten konnte anhand einer 5-stufigen Likert-Skala (Items [1] trifft überhaupt nicht zu bis [5] trifft vollkommen zu) bewertet werden (Abb. 16). Der Mittelwert liegt bei 4,16 und die

Standardabweichung gibt eine Streuungsbreite von 0,73 um den Mittelwert an. Die studiengangsspezifischen Checklisten werden als hilfreich für die Organisation des bildungswissenschaftlichen Studiums bewertet.



Abbildung 16: Bewertung des Informationsangebotes in den Checklisten

Abschließend wurden die Teilnehmenden nach Verbesserungsvorschlägen für die studiengangsspezifischen Checklisten gefragt (n=29): am häufigsten wird Lob für die Checklisten ausgesprochen (4 Nennungen), gewünscht werden mehr Informationen zu den Modulen, eine (auch visuell) deutlichere Darstellung von Wahloptionen und Kombinationsmöglichkeiten von Wahlpflichtmodulen (2 Nennungen), Verlinkungen zur jeweiligen Prüfungsordnung (1 Nennung) sowie eine Checkliste für den Übergang vom BA in den MEd (1 Nennung).

Bewertung und Interpretation der Ergebnisse

Die vorliegenden Evaluationsergebnisse sind grundsätzlich unter Berücksichtigung der o.g. eingeschränkten Repräsentativität der Stichprobe zu interpretieren. Mehr als die Hälfte aller Teilnehmer:innen befindet sich im ersten Fachsemester eines Bachelorstudiengangs. Studierende des Grundschullehramts und der sonderpädagogischen Förderung sowie weibliche Studierende sind ebenfalls überrepräsentiert.

Die GS BilWiss ist knapp über der Hälfte der Teilnehmenden bekannt. Die Nutzung der Informationskanäle verteilt sich unter den Teilnehmenden wie folgt: 47% nutzen mindestens einen der Social-Media-Kanäle, 60% besuchen die Homepage (selten bis häufig), 30% sind in einen der studiengangsspezifischen Learnwebkurse eingeschrieben, von denjenigen, die den Newsletter erhalten, lesen ihn 62% (selten oder regelmäßig) und 24% nutzen eine der studiengangsspezifischen Checklisten. Vereinzelt werden Angebote auch verwendet, obwohl die GS BilWiss den Nutzer:innen nicht bekannt ist.

Die Teilnehmenden, die Informationskanäle nicht nutzen, geben als häufigste Begründung an, das jeweilige Angebot nicht zu kennen. Daneben werden Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge geäußert. Dabei ist je zu überprüfen, ob bestimmte Informationen tatsächlich auf den Informationskanälen ergänzt werden müssen, oder ob sie zwar vorhanden sind, von den Studierenden jedoch nicht gefunden werden. Darüber hinaus wird wiederholt der Wunsch geäußert, verstärkt auf Angebote anderer universitärer Akteur:innen hinzuweisen und entsprechende Verlinkungen zu platzieren. Die Teilnehmenden, die Informationsangebote der GS BilWiss nutzen, bewerten diese insgesamt als hilfreich für die Organisation ihres bildungswissenschaftlichen Studiums – hauptsächlich zum Studienbeginn, verschiedene Informationsangebote (Learnwebkurse, Checklisten) werden jedoch als Nachschlagewerke über alle Studienphasen hinweg verwendet. Das Ziel der Studierendenbindung durch die Etablierung eines Zugehörigkeitsgefühls zur Community der Lehramtsstudierenden an der Universität Münster wird noch nicht zufriedenstellend erreicht.

Eine weitere Herausforderung stellt die Informationsbeschaffung bei Kommiliton:innen dar, die an verschiedenen Stellen des Fragebogens genannt wird. Dies birgt die Gefahr der Falschinformation; nicht nur durch die mangelnde fachliche Prüfung der Informationen, sondern auch durch unterschiedliche Prüfungsordnungen je angestrebtem Lehramt und durch unterschiedliche Prüfungsordnungen innerhalb eines Studiengangs (bspw. können aktuell ordentlich Studierende im Zweifachbachelor in der PO 11, 16, 18 oder 25 immatrikuliert sein). Ebenso problematisch ist die Suche per

Online-Recherche. Während in der Vergangenheit Suchmaschinen auf zur Suche (mehr oder weniger) passende Internetseiten verwiesen – die Studierenden im besten Fall also auf die Homepage der GS BilWiss geleitet wurden –, resultiert eine Online-Suche heute in einer KI generierten Antwort, bevor auf entsprechende Homepages verwiesen wird. Wird diese KI generierte Antwort wiederum nicht fachlich geprüft, ist auch hier ein großes Risiko der Falschinformation gegeben. Die Niedrigschwelligkeit, Informationen von Kommiliton:innen einzuholen, wird im Wunsch nach einem Ausbau von Peer-to-Peer-Angeboten bestätigt, den die Teilnehmenden für verschiedenste Studienphasen und thematische Anliegen formulieren.

Zusammenfassend liegt der abzuleitende Handlungsbedarf neben der Optimierung bestehender Informationsangebote deutlich stärker auf der Steigerung der Bekanntheit der GS BilWiss und ihrer Informationskanäle. Die Transparenz der Zuständigkeit und Ansprechbarkeit der GS BilWiss für die Gruppe der Studierenden könne durch eine ansprechendere Benennung gesteigert werden. Daher sollen folgend alle zugehörigen Angebote der GS BilWiss inkl. der Social-Media-Kanäle unter dem Namen des Beratungsbüros (der GS) BilWiss laufen.

Ausblick

Die vorliegenden Evaluationsergebnisse erweitern als Element des kontinuierlichen Qualitätsmanagements die Datenbasis für die Überprüfung und Optimierung der Studienqualität in den Bildungswissenschaften. Da aus den Ergebnisse der größte Handlungsbedarf bei der Steigerung der Bekanntheit der GS BilWiss und ihres Informationsangebotes identifiziert wurde, erfordert es nun die Etablierung und Institutionalisierung von Strukturen, die die Information der Studierenden der Bildungswissenschaften *über* Informationsangebote sicherstellt (möglicherweise der regelmäßige Besuch eine:r Mitarbeiter:in der GS BilWiss in den Vorlesungen zum Studienbeginn, eine erweiterte Kooperation mit den Fachschaften oder Werbung im Rahmen der O-Woche). Das Team der Geschäftsstelle und insbesondere das Beratungsbüro wird entsprechende Strukturen erarbeiten, umsetzen und in naher Zukunft datenbasiert überprüfen, ob sie zu einer gesteigerten Bekanntheit beitragen.

Anhang

Das Informationsmanagement der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften (GS BilWiss) wurde aufgrund von vermuteten Veränderungen bei den studentischen Bedarfen in der Evaluation der Beratungs- und Informationsangebote aus dem Jahr 2023¹³ überprüft. Dabei wurden vor allem Wünsche nach übersichtlicheren Informationsangeboten auf der Homepage, eine Stärkung digitaler Informationsangebote und mehr Content über Social Media festgestellt. Im Nachgang der Evaluation wurden die Bedarfe der Studierenden durch eine erhöhte (nach innen und außen gerichtete) Präsenz der GS BilWiss adressiert, die gleichzeitig das übergeordnete Ziel einer verstärkten Studierendenbindung verfolgt. Dies umfasst sowohl die Überarbeitung bereits bestehender Informationsangebote wie der Homepage der GS BilWiss als auch die Nutzung weiterer Kommunikationskanäle wie Learnweb und Social Media.

Die **Homepage** der GS BilWiss wurde im Rahmen der Überarbeitung deutlich verschlankt und studienengangsspezifische Informationen auf individuellen Seiten zentralisiert. Querverweise wurden nach Möglichkeit abgebaut. In Kooperation mit dem Designservice der Universität Münster wurden zudem grafische Darstellungen zur Veranschaulichung der Informationen¹⁴ und weiteren Professionalisierung des Corporate Designs implementiert. Das Monitoring der Zugriffszahlen auf die Homepage erfolgt seit Oktober 2023 durch die Datenerfassungssoftware Matomo. Dabei zeigt sich, dass auf die Homepage der GS BilWiss regelmäßig zugegriffen wird und in den Phasen des Semesterbeginns (Oktober / April) wöchentliche Zugriffszahlen von bis zu 6000 Besuchen verzeichnet werden (vgl. Abb. 1).

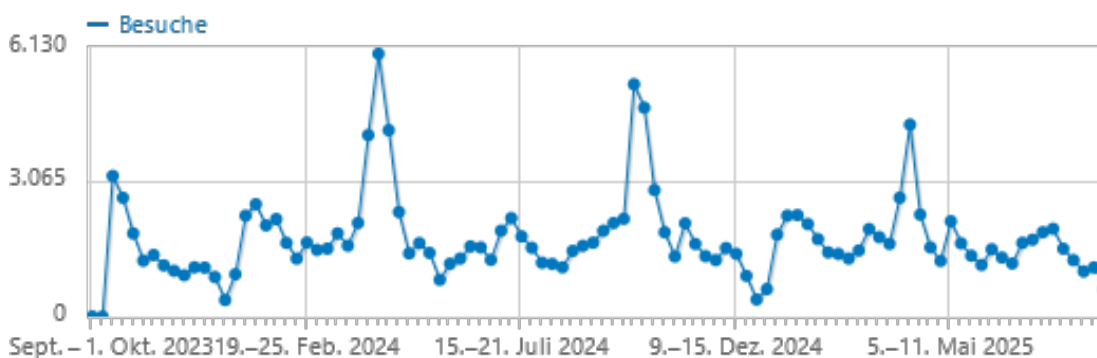


Abbildung 1: Homepagezugriffe seit Oktober 2023

Es wurde festgestellt, dass 70,9 % der Homepagebesuche durch einen Verweis von einer Suchmaschine eingehen. 19,7 % der Zugriffe erfolgen direkt und 7,7 % durch Weiterleitung von anderen Webseiten. Als Konsequenz wird seither insbesondere darauf geachtet, die Informationsseiten über die Redaktionssoftware Imperia klar zu benennen, um so eindeutige und korrekte Ergebnisse bei Suchmaschinenanfragen zu gewährleisten.

Als Hilfestellung bei der Organisation des bildungswissenschaftlichen Studiums, insbesondere um einen Überblick über bereits absolvierte und noch zu erbringende Studien- und Prüfungsleistungen zu gewährleisten, werden den Studierenden seit Mai 2024 studienengangsspezifische **Checklisten**

¹³ Der Ergebnisbericht kann hier heruntergeladen werden: https://www.uni-muenster.de/Bildungswissenschaften/qualit_tsmanagement/evaluation/index.html.

¹⁴ Siehe beispielhaft die Informationsseite zur Bachelorarbeit in den Bildungswissenschaften: <https://www.uni-muenster.de/Bildungswissenschaften/studium/bachelor/bachelorarbeit/index.html>.

zum Download bereit gestellt¹⁵. Auf diesen Checklisten finden die Studierenden eine Übersicht über alle zu absolvierenden Prüfungsnummern und können die bereits absolvierten Leistungen abhaken. So soll eine stärkere Übersicht der zu absolvierenden Leistungen im bildungswissenschaftlichen Studium gewährleistet werden. Über die Datenerfassungssoftware Matomo konnten bislang mindestens 5415 eindeutige Downloads¹⁶ der Checklisten über die Homepage erfasst werden.

Neben der Informationsweitergabe über die Homepage hat die GS BilWiss als Konsequenz aus den studentischen Rückmeldungen als weiteren Kommunikationskanal **Learnwebkurse** eingerichtet, die alle Informationen zum bildungswissenschaftlichen Studium übersichtlich zusammenfassen. Im Bachelor (BA) liegen die Informationen in studiengangsspezifischen Learnwebkursen vor. Im Master of Education (MEd) wurden die Inhalte aufgrund der hohen Überschneidungen zu einem Learnwebkurs zusammengefasst. Seit Anlegung der Learnwebkurse im Januar 2024 haben sich 2263 Accounts angemeldet (Stand: September 2025). Der prozentuale Anteil der eingeschriebenen Nutzer:innen an den ordentlich Studierenden der jeweiligen Lehramtsstudiengänge differiert erheblich (vgl. Abb. 2). Während knapp 40 % der Studierenden im MEd im entsprechenden Learnwebkurs eingeschrieben sind, sind es in den BA-Studiengängen zwischen 7,14 % (BA BK) und 36,87 % (BA G).

Learnwebkurs	eingeschriebene Nutzer:innen (01.09.2025)	ordentl. Studierende BilWiss SoSe 2025	%
BA BK	27	378	7,14
BA G	462	1253	36,87
BA HRSGe	144	840	17,14
BA sF	43	186	23,12
ZFB	327	3613	9,05
MEd	1260	3182	39,6

Abbildung 2: Nutzung der Learnwebkurse differenziert nach Lehramtsstudiengang (BK=Berufskolleg; G=Grundschule, HRSGe=Haupt-, Real-, Sekundar-, Gesamtschule; sF=sonderpädagogische Förderung)

Eine Einladung zum MEd-Learnwebkurs erhalten die Masterstudierenden kurz nach der Zulassung, wodurch die hohe Teilnahmequote sichergestellt werden kann. Die BA-Studierenden erhalten bei Informationsveranstaltungen im Rahmen der Orientierungswochen einen Zugriffslink.

Die Analyse der Zugriffsdaten in den Learnwebkursen zeigt ein ähnliches Bild im Vergleich zu den Zugriffen auf die Homepage: die Zugriffe steigen deutlich um die Zeiträume der Semesterstarts an.

Ein in den vergangenen Jahren immer wichtigeres Standbein des neuen Informationsmanagements der GS BilWiss bildet der **Social-Media**-Auftritt bei Instagram und Facebook, wobei Instagram weit aus stärker genutzt wird. Das Informationsangebot umfasst aktuelle Änderungen und Meldungen sowie Unterstützungsangebote rund um die Studienorganisation. Die interaktiv gestalteten Stories sollen darüber hinaus auch zur *Studierendenbindung* beitragen. Langfristig zielt der Auftritt auch darauf ab, ein Gemeinschaftsgefühl unter den Lehramtsstudierenden zu erzeugen und die Vernetzung unter den Studierenden anzuregen. Die Analyse der Aufrufzahlen der Beiträge auf Instagram zwischen September 2024 und Juli 2025 zeigt insgesamt, dass dieser Informationskanal viele Studierende erreicht. Die Aufrufzahl der Beiträge liegt zwischen 2420 (Beitrag „Neues Postfach“) und

¹⁵ Beispielhaft die Checkliste für den Zwei-Fach-Bachelor: https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/bildungswissenschaften/checkliste_ba_zf_formular.pdf.

¹⁶ Die tatsächliche Anzahl der Downloads durch Studierende dürfte noch höher ausfallen, da die Checklisten auch über die Learnwebkurse abgerufen werden können. Die genauen Downloadzahlen lassen sich via Learnweb jedoch nicht ermitteln.

17763 (Beitrag „Anmeldefristen SoSe 2025“). Die höchsten Aufrufzahlen (zwischen 11816 und 17763) weisen auch auf diesem Informationskanal (wie auf der Homepage und in den Learnwebkursen) diejenigen Beiträge auf, in denen über Anmeldefristen für Veranstaltungen und Leistungen informiert wird. Während der Großteil der Beiträge hauptsächlich von den Follower:innen des Kanals aufgerufen wird (der Nicht-Follower:innen-Anteil liegt hier bei 1,6-7,8%), gibt es wenige Beiträge, die von deutlich mehr Personen aufgerufen werden, die dem Kanal nicht folgen (vgl. Abb. 3).

Titel/Anlass des Beitrags	Datum	Aufrufe	Nicht-Follower:innen-Anteil
Checklisten für den Bachelor	15.11.2024	8511	17,6 %
Vorstellung Homepage	15.11.2024	4640	18,2 %
Seminar Lernreise	03.04.2025	8255	19,3 %
Langer Abend	19.05.2025	7706	22,1 %
Langzeitstudie HRSGe	14.10.2024	8172	27,6 %
Anmeldefristen für das WiSe 25/26	07.07.2025	17602	30,9 %
Reel Weg zum Beratungsbüro	26.02.2025	4789	41,3 %

Abbildung 3: Aufrufe von Beiträgen mit zweistelligem Nicht-Follower:innen-Anteil

Die Aufrufzahl der Stories hingegen liegt mit maximal 1699 Aufrufen (Story zu Fragen zur O-Woche) deutlich unter denen der Beiträge. Weiter zeigt sich, dass die Stories hauptsächlich von den Follower:innen des Instagram-Kanals aufgerufen werden. Der maximale Anteil von Nicht-Follower:innen liegt hier bei 4,6 %. Bei allen Beiträgen und Stories wird darauf geachtet, diese visuell ansprechend zu gestalten und die Studierenden - wenn möglich - direkt anzusprechen. Dadurch dass diese Posts von einer studentischen Mitarbeiterin der GS BilWiss erstellt werden, soll das Gefühl einer Peer-to-Peer-Beziehung gefördert werden.